融媒体时代高校教材的选题策划及思路研究

刘金兰
（郑州大学出版社，河南 郑州 450000）

摘　要：融媒体时代的到来对传统图书出版行业造成极大地冲击，但不同于其他书籍，高校教材在图书市场上有着自身独特的特点，所以其在融媒体时代下也出现了独特的变化。文章从融媒体时代的概述出发，比较传统时代下高校教材选题等方面与融媒体时代的区别，分析当前高校教材在选题策划与思路方面存在的不足，并提出改进策略。

关键词：融媒体；出版行业；高校教材；选题策划；选题策略　　**中图分类号：**G642　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）03-096-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.03.026
本文著录格式：刘金兰．融媒体时代高校教材的选题策划及思路研究 [J]. 中国传媒科技，2021（03）：96-98.

1. 融媒体时代的概述

融媒体这一理念，在网络信息技术不断发展的物质条件下成为现实可能。在融媒体时代下，广播、电视、互联网等都被整合在一起，发挥着各自的优势和价值。可以说融媒体是将不同媒体形式的功能融合在一起，最终发挥其整合的最大化价值。在融媒体时代，同一个新闻并不是单一地在某一个媒体上发布，而是将不同的媒体变成了多种形式、渠道和方法，将同一个新闻或者讯息，在不同的媒体上同时发布。简单地说，融媒体时代改变了过去媒体单一的讯息传播方式，所有的媒体不是单一发展，而是将各自的优势发挥到最大化并进行互利共赢，以满足消费者的需求。

2. 研究融媒体时代下高校教材在选题策划和思路方面的策略

对于高等教育教材出版来说，出版社对教材选题策划，以及对高校教材学科规划的具体把握，在很大程度上反映了出版社的竞争力。当前，面对网络媒体时代的冲击和教育事业的快速发展，高校教材的策划与出版和过去相比发生了很大的变化。面对高校师生需求的改变，以及高等教育行业自身的变化，高校教材策划编辑必须直面革新，在理解市场需求与高等教育行业改革的基础上改变自己的职业理念。[1]

2.1　提升图书策划编辑综合素养，更新编辑工作理念

对于大多数教材策划编辑来说，往往习惯了固定的工作流程。为了更好地适应融媒体时代的到来，编辑在传统出版流程工作的基础上，应对传统出版行业进行转型升级与整合。图书策划编辑要加强培训与学习，积极向国内外优秀图书产业业内人士汲取经验，提高自己的综合素养。同时，融媒体时代背景下，数字出版技术不断发展，教材策划编辑不能禁锢在过去的成果与工作模式中，要积极更新自己的职业理念，提升自己的职业能力。与此同时，编辑不仅要在理论素养和专业理论技术上进行学习，更要积极地将这些理论知识应用到实践出版工作中。

融媒体时代是依托互联网的发展而形成的，所以“互联网 +”是当今时代高等教育教材发展的一个明显趋势。所以，图书策划编辑要活跃自己的思维，充分适应互联网时代下知识迅速更替等特征。同时，图书策划编辑自身也要树立互联网思维，不能将工作理念仍停留在纸媒时代习惯图书策划的静态与权威性。在互联网时代，没有任何一本教材可以成为永久的经典，尤其是对于传统纸质类高校教材，图书策划编辑可以尝试着创新传统教材的形式，将其向数字出版的方向过渡。此外，编辑要积极学习大数据等互联网技术，将大数据纳入教材选题策划的工作流程中，保持出版选题策划的先进性与创新性。图书策划编辑工作组也要严格监督和把控选题的质量，避免陷入传统出版工作的僵局，积极利用互联网活跃传统出版的思维，充分体现高等教材的内容价值与使用价值，为培养高等教育新时代人才奠定教学资源的基础。[2]

2.2　开放建议渠道，多方位聆听市场需求

在过去，高等教育师生在很大程度上是教材的被动接收者，即市面上有什么教材，学校就选择什么样的教材，学校师生可以选择的范围很少。但是在当今随着融媒体时代的到来，互联网给予高校师生大量的教育资源选择，只要高校师生愿意，他们可以轻而易举地接触到来自全世界各地的优秀教育资源，教材的权威地位被打破。所以，为了满足市场需求，传统教材出版方，尤其是教材策划编辑必须直面市场需求，打破过去的垄断与权威理念，积极适应市场竞争。

首先，出版方尤其是教材策划编辑要借助互联网的优势，建立高效教材信息社区平台，让师生读者和出版商共享教材策划信息，使得更多的读者参与整个教材策划出版的流程。在教材选题策划过程中，编辑可以有效地邀请相关专业领域的名师参与，以获得更有价值的出版信息资源。与此同时，编辑要积极参考社区平台的建议，近距离了解高校师生的教学与阅读习惯，尊重高校师生

作为教材市场主体的地位。在选题策划的整个过程中，出版方要将收纳的资源积极运用到工作中，争取教材的选题策划与编辑出版都得到师生的一致认可。

其次，当今时代的高校教材在一些内容举例方面，也要积极适应融媒体时代的发展。对于高校教材而言，无论是什么专业，也不能全部是专业理论知识，否则会显得书本枯燥乏味，降低高校学生的阅读体验度。同时选题方面也要能博得市场的眼球，基于此，编辑应该积极关注融媒体时代的热点事件与话题，关注一些大型社交网站，及时获取热点内容，充分把握对应高校师生群体的需求和爱好，科学合理地进行选题，确保选题的适用性。面对庞大且杂乱无章的资源，编辑要提升自己过滤信息的能力，及时抓住关键词，掌握流行的主题与内容，将这些资源进行分析，进一步了解读者的真正需求，保证教材策划选题的准确性。

最后，为了更好地了解教材，更好应对出版销售以及受众，可以充分利用现有的网络技术，参考市场上有关该主题的畅销书，对其进行相关的调查研究，有效地调整策划方案，从而优化教材策划，最终在高等教材图书市场上脱颖而出。同时，充分发挥微信、微博、微信公众号和出版社官方网站的功能，开展调研工作，更好地把握市场。

2.3 教材编辑要树立先进的教育理念，及时更新教材内容体系

随着国民经济的快速发展，以及国内高校与国外高校交流的不断深化，国内高校的教学改革越来越活跃，新的教学理念不断涌现。这些理念反映在教科书中，表现的是内容更新的频率加快，特别是对于理工科教科书，课程体系基本上 3 ~ 5 年便要更新一次。迅速认识和把握教学改革的发展方向，是编辑工作的新要求。因此，编辑不仅要“埋头工作”，还要“看路”。通过互联网、报纸、学术会议等融媒体，积极把握教材内容，特别是与参与决策的权威专家进行交流，从不同角度了解国家高等教育的发展趋势。[3]

2.3.1 要了解教育管理部门的政策

教育部文件和有关领导的讲话是指导全国高等教育改革的方针，对各学科的发展起着指导作用。例如，近几年来，教育部不断强调提高高等教育水平，促进各类人才的培养。明确指导高校根据研究型、研究型、教学型和教学型的不同要求，加强自身建设。在此背景下，突出了对应用型人才培养的要求，互联网与不同专业的结合也成为教学改革的一个重要发展方向。

2.3.2 要了解学科的发展趋势

学科发展的不同阶段将呈现不同的发展趋势，我国相关产业的发展也将直接影响高校的专业设置。以计算机学科为例，发现其已经发展成为几个分支：包括计算机科学、计算机工程、信息技术、软件工等，由此相应的专业设置也会相应调整。随着专业的调整，教学研究和教材出版策划工作任重道远。

2.3.3 要了解社会的需求

国民经济的快速发展带动了一批新产业的发展，同时也带动了一批传统产业的新技术转化。产业的发展对高校人才培养提出了新的要求，对高校的专业设置和人才培养模式产生了重大影响。

例如，国家宏观政策出台后，加快了软件产业的发展，人才需求出现了巨大的缺口。一批软件学院和软件职业技术学院相继出现，近年来招生规模迅速扩大。但目前软件学院教学缺乏必要的规范，传统的教材不适应当今这些专业的进一步发展。对软件工程专业课程体系和教学标准的研究已成为当前的热点。

因此，教材编辑要在专家的帮助下，了解和把握高等教育的发展趋势，从而提出教材规划的新理念，以更好地指导系统的理论研究和教材编写，这是提高教材整体建设水平的基本经验。虽然编辑工作本身的优化并不能产生教学效果，但编辑策划思想的更新往往可以起到优化教材体系的作用，对教学的升华起到不可低估的作用。

2.4 了解高等院校专业及课程设置情况，明确读者定位

教科书选题策划的读者导向是在调查研究的基础上对教科书读者进行细分，明确教科书的使用对象，从而为确定教科书的框架和基本内容提供依据。通过网络收集信息，直接了解大学的各专业和课程细节。对教材的教学对象特点和实现教学目标，要做到心中有数，要考虑书的对象是专科生、本科生或研究生，选题是为学生的书或教师的书。面对读者不同层次的不同要求，内容的深度和广度也不同。因此，教材编辑要把握教师的教学心理和学生的学习心理，促进师生更好地理解和使用教材。同时，课程的性质决定了教材内容的选择。高等学校的课程性质一般分为理论课程、专业课程、实验教材、选修、必修等类型，不同性质的课程有不同的学科地位和要求，也有不同的教学大纲和内容深度和广度。因此，对于教材内容的选题和编排教材编辑必须考虑这些相关因素。[4]

2.5 了解教材的出版情况，对同类教材引进情况进行分析

为了规划新的选题，首先要了解本出版社和其他出版社同类教材的出版情况，分析市场上同类教材，找出现有教材在市场上的优缺点。了解同类课题的情况，研究新选题是否具有特色，避免低层次的重复，同时要深入了解有关教材的营销渠道。在引进同类教材方面，应结合作者资源、学科发展水平和学生接受能力，分析不同情况。为了提高学生的专业水平和外语水平，建议通过影印、翻译和编译等方式，将外国教科书直接、快速地引入我国高等教育课堂。对于一些传统学科，特别是具有明显地域特色的学科，更适合利用国内作者资源。

然而，即使是适合引进的学科也不应该是盲目的，原始教科书的权威性及其对我国的适用性必须考虑在内。

2.6 优化教材设计，提高教材适用性

出版物的内容和形式设计是教材策划的重要内容，应该引进优秀的技术编辑，以优化出版物的设计。如上所述，在融媒体时代，数字技术不断与传统出版行业融合，选题策划的范围得到了极大地拓展。融媒体的介入使得选定主题设计的内容不仅涉及尺寸、格式、装订等与纸质媒体相关的因素，也涵盖了其他媒体属性，包括界面设计、应用、用户体验、交互形式等新内容，面对这些新问题，传统纸质图书策划编辑往往难以把握，应该引进编辑共同进行图书策划。下面以某外语教材在策划时的问题进行举例，具体探讨融媒体时代教材选题策划的实践策略。

对于外语学科而言，传统纸质教材是适用性越来越低，这与当前外语专业的发展目标息息相关。因此，基于人才培养目标，可以策划一套由纸质图书、电子图书和网络课程教学平台组成的立体化外语教材。根据初期的设想，电子书将采用 flash 技术开发。这是一种集文字、图形、图像、声音和其他媒体于一体的设计技术，不仅能产生高水平的视觉效果，而且具有很强的交互控制能力，特别适合于演示和教学多媒体课件的开发。然而电子书的设计目的是用于移动手持设备，尤其是平板电脑，这种方式可以打破学生学习的空间与时间限制。不过目前的主流平板电脑并不支持 flash，采用这项技术将大大减少电子书的适用性，给师生阅读带来不便，造成部分读者的流失。此外，使用 Flash 开发的时间和费用相对较高。在技术编辑的建议下，可以使用 html 网页技术来开发。这种方式极大地提升了教材的适用性，方便师生阅读，以及全方位开展外语学习。

因此，可以在技术的干预下，保证数字出版物的程序、功能、界面、用户体验等设计的质量，从而提高了融媒体时代教材出版的整体质量。

2.7 图书策划编辑要积极引进先进教学理念，以理念引导优秀教材的编写

编辑在形成基本策划理念后，需要通过具体的工作将先进的教学理念转化为具体的实施方案。为了使研究成果先进、原创、权威，有必要组织国内一流的专家进行研究工作。编辑应该明确自己的立场，在研究过程中不能越权。编辑的主要职责不仅是保障教材出版，还要实现保证教材研究方向。最终的研究成果不仅可以为高校教学改革提供参考，而且可以为教材的编写提供具体的指导。[5]

2.8 实现选题策划与市场策划的统一

教材规划要符合教育部门的政策和学科发展趋势，以及要满足社会需求，为市场规划提供基本的条件。编辑在提出规划理念、组织研究工作、编写相关教材后，应充分认识到教材的先进性在于它所代表的先进教学理念。[6] 因此，对于教材的推广，先要展示教材背后的教学理念，促进研究成果的发展。出版社的编辑和营销人员要适应形势的变化，努力研究相关领域专业报告的精神，并在此基础上宣传和推广先进的教学理念，编创相关教材。从另一个角度看，出版社的核心竞争力取决于出版的教材能否反映出先进的教学理念和教学成果。因此，先进教学理念的传播，也为出版社树立品牌形象奠定，最终提高了该出版社的核心竞争力。

结语

近些年，随着互联网技术的大力发展，媒体融合的趋势已成不争的事实，可以说传统纸媒的时代已成为历史，而融媒体时代已经到来。在融媒体时代背景下，人们使用电子设备的时间越来越多，过去通过报纸、书籍等接收信息，如今却往往习惯于通过碎片化时间在电子设备上开展阅读与学习。因此，融媒体时代的到来对传统图书策划出版行业有极大的冲击。而高校教材作为高校教学开展的基本教学资源，在高校教育中占据着重要的地位，在融媒体时代下，高校教材也发生了一定变化。我国地域辽阔，高校众多，高校教材市场庞大，在融媒体时代下顺应时代发展，对传统高校教材的选题策划出版进行创新改革，不仅对传统出版行业有着极重要的影响，也关系到我国高等教育的发展。媒

参考文献

[1] 郭锐 . 融媒体时代传统图书出版选题策划及营销思路研究 [J]. 传播与版权，2020（08）：58-60.

[2] 王孟孟 . 全媒体时代的图书选题策划研究 [D]. 长沙：湖南师范大学，2020.

[3] 尤伟 . 探析全媒体时代图书选题策划 [J]. 传媒论坛，2018，1（10）：153+155.

[4] 任云妹 . 移动新媒体时代高校公共艺术教材创新建设策略——以影视艺术课程为例 [J]. 电影评介，2017（10）：92-94.

[5] 敖登格日乐 . 新媒体时代图书选题策划所应坚守的基本点 [J]. 新闻研究导刊，2015，6（18）：131.

[6] 张晶晶 . 新时代大学人文通识教材策划出版的思考——以高等教育出版社“中华优秀传统文化”通识教材研发为例 [J]. 编辑学刊，2018（02）：68-72.

作者简介：刘金兰（1985-），女，河南省郑州市人，出版专业中级，郑州大学出版社，分社副社长，研究方向：图书出版，编辑学。

（责任编辑：张晓婧）